Albert Knab, Kunstmaler und Graphiker
Karl Matthies, Schriftsteller und Graphiker

Unterrichts-Kursus im Malen und Zeichnen

Herausgeber und Verleger:
Mal- und Zeichen-Unterricht G. m. b. H.
Berlin W. 9

8

Zur Beachtung!

Gemäß den in der Anmeldung vereinbarten Lieferungsbedingungen erhalten die Kursusteilnehmer stets nur zwei Lehrbücher nach Erledigung des fälligen Lehrstoffes ausgehändigt, die Auslieferung des Lehrmaterials erfolgt bei Übermittlung der Korrektur der Aufgaben der ungeraden Lehrbücher. Allen Zeichnungen muß der Name, die Zertifikatnummer nebst Nummer der Aufgabe zugesetzt werden. Es sind nur die gelösten Aufgaben, nicht auch die Vorübungen zur Korrektur einzusenden. Nacharbeiten sind durch die Hinzufügung dieser Bezeichnungen als solche kenntlich zu machen. Es sind nur diejenigen Aufgabenlösungen nachzuarbeiten, die auf dem Korrekturbogen mit einem Kreuz versehen worden sind. Nacharbeiten sind uns nicht besonders, sondern zusammen mit den nächstfolgenden Aufgabenlösungen einzusenden.

Auf Umschläge und Kuverte ist stets die genaue Adresse des Absenders zu setzen. Bei Wohnungsveränderungen liegt es im Interesse der Teilnehmer selbst, uns die neue Adresse in besonderer Zuschrift rechtzeitig bekanntzugeben. Werden Einsendungen „eingeschrieben" zurückerwünscht, so ist das für das Einschreiben erforderliche Porto der Einsendung in deutschen Marken beizufügen.

Den Aufgabenlösungen bitten wir nur solche Lösungen beizufügen, welche die Aufgaben und Arbeiten betreffen. Alle Mitteilungen anderer Art bitten wir in besonderen Zuschriften als Karte oder Brief an uns zu richten.

Folgende Utensilien halten wir für die Bearbeitung des 8. Lehrbuches am Lager vorrätig:

Temperafarben in Tuben in verschiedenen Tönen (Weiß, Chromgelb, Zinnoberrot, Ultramarin, Neutraltinte, Karmin, Pariserblau, Hellgelb. Ocker, Lichter Ocker gebr., Siena gebr., Zinnobergrün, Van Dyckbraun, Kobaltblau, Schwarz).
Weißes Zeichenpapier, Größe ca. 25×33 cm.

Die Anschaffung aller Temperafarben ist nicht unbedingt nötig. Die Aufgaben sind in der Größe von 25×33 cm auszuführen, dieses Format bezieht sich auf das äußere Ausmaß des Papiers. Pappen sind nicht zu verwenden, da dadurch das Gewicht der Sendungen zu hoch wird. Temperafarben sind stets verschlossen zu halten, weil sie an der Luft eintrocknen und dann nicht mehr brauchbar sind. Zur Ausführung von Plakaten in dem angegebenen Format genügen Haarpinsel Nr. 6 und 8. Pappen und Roßhaarpinsel können auf Wunsch von uns geliefert werden.

Der Versand aller Utensilien erfolgt nur gegen Voreinsendung oder Nachnahme des Betrages. Für das Ausland gelten besondere Bedingungen. Bestellungen bitten wir in besonderen Zuschriften als Karte oder Brief aufzugeben, da dann eine schnellere Erledigung der Bestellung gewährleistet ist.

Die Adresse ist:

Mal- und Zeichen-Unterricht-G. m. b. H.

Berlin W 9, Linkstraße 12

Alle Rechte, auch das der Übersetzung, vorbehalten

Die Straßenkunst

Von Karl Matthies

Wer mit offenen Augen in die Welt blickt, und jeder praktische Künstler sollte es tun, wird überall in Straßen und Bahnhöfen Ankündigungen finden, die, künstlerisch oder geschmacklos ausgeführt, anziehend, landläufig oder gar abstoßend wirken können. Er wird in Schaufenstern, in den Zeitungshallen, kurz überall, wo der Menschenverkehr flutet, Erzeugnisse des Kunstgewerbes erblicken, deren Beschriftung und Ornamentierung zugleich Kunst und Werbekraft bedeutet.

Noch vor fünfzig Jahren hätte man unter Straßenkunst nur die Architektur und die Plastik verstanden. Heute wird man dieser beiden kaum gedenken, wenn von der Kunst der Straße die Rede ist. Es werden vielmehr meistens Erzeugnisse der Graphik sein, die für diese neue Bezeichnung in Frage kommen.

Wenn heute einer jener Vorfahren in unsere Großstadt käme, er würde ein beängstigendes, drückendes Staunen empfinden, er würde sich vielleicht in dem Lärm und Geräusch der Gefährte, dem vorwärtsdrängenden Menschenstrom nicht vom Flecke wagen, aber er würde allmählich begreifen, daß wir unter Straßenkunst nicht das Denkmal Friedrichs des Großen verstehen, oder die mit Geschmack gepflegten Blumenbeete zu seiten der Standbilder in der Siegesallee, auch diese selbst nicht, sondern die Kunst, der sich das Geschäft bedient, die Kunst in der Anpreisung und Ankündigung. Aus dem Hasten und Jagen, aus dem Überbieten der Kräfte im geschäftlichen Wettbewerb, aus den bunten Auslagen in den Schaufenstern, den grellen Zeitschriftentiteln, den Firmenschildern und Plakaten lernte er dann vielleicht schneller uns und unsere Zeit verstehen als aus einer neuzeitlichen Kulturgeschichte.

Aber der Mensch aus den fünfziger Jahren des verflossenen Jahrhunderts besucht uns nicht, wir können deshalb ohne gefühlvolle Herzensergießungen aus der guten alten Zeit unsere Betrachtungen machen, denn die Kunst unserer Straße erfordert, auch da, wo sie sich scheinbar an das Gefühl wendet, einen nüchternen Verstand.

Straßenkunst ... nicht jeder Künstler ist für sie geschaffen, und nicht jedem, der aus Neigung oder Notwendigkeit sich ihr widmen will, gelingt es, sein Können so auf das Knappe, Einfache einzuschalten oder einzuschränken. Die Straße mit ihrem wechselnden Bilde, mit ihrem grellen Widerschein, mit ihrem Licht und Schatten gibt einen anderen Hintergrund als die gleichmäßig und ruhig getönte Wand eines Innenraumes, die, wenn es sein muß oder wünschenswert erscheint, mit besonderem Stoffe überspannt werden kann, um eine Wirkung des Kunstwerkes zu erhöhen. Ein Künstler, der für die Straße arbeitet, etwa Plakate entwirft, Etiketten und Packungen zu Schaufensterdekorationen oder diese selbst, muß aus diesem Grunde schon mit anderer Komposition, mit anderen Techniken und mit anderen Farben rechnen. Er darf für ein Straßenplakat kein Bild mit allen Feinheiten und Farbenabstufungen von Luft und Licht malen, weil diese Feinheiten auf der Straße verlorengehen. Er darf keine Bleistift- oder Federzeichnung zur Wiedergabe an der Plakatsäule verwenden wollen, und wenn die Zeichnungen von hohem, künstlerischem Werte wären.

Die Straße verlangt etwas anderes. Neben den landläufigen grünen und gelben und weißen und roten Ankündigungen mit den abgequetschten charakterlosen Schriften soll sich das Werk des Künstlers nicht nur behaupten, das wäre leicht, aber geschäftlich untüchtig, nein, es soll im guten Sinne auffallen, erfolgreich von sich reden machen, der anpreisenden Firma und — dem Künstler zum Nutzen. Denn wie eine gute Ware die beste Empfehlung für den Fabrikanten ist, so ist es ein gutes Plakat für den Künstler. Und der Künstler, der für die Reklame schafft, wird bald dahinterkommen, mit der Reklame für andere unauffällig seine eigene zu verbinden. Das geschieht natürlich nicht durch ein allzu großes Signet (Monogramm) oder die allzu auffällige Namensunterschrift, sondern durch einen persönlichen Stil, wie ihn unsere Plakatkünstler von Ruf fast ausnahmslos besitzen.

Alle Kunst, die für irgendeine Ware werben soll, darf nicht kleinlich sein. Sie darf sich nicht ins Endlose verlieren, sondern soll einfach, aber großzügig das ausdrücken, worauf es ankommt. Daher kommt es, daß oft ein künstlerisch vollendetes Schriftplakat eine größere Wirkung ausübt als ein künstlerisch ebenso wertvolles Plakat mit allem möglichen figürlichen und landschaftlichen Schmuck. Man betrachte, wo sich Gelegenheit bietet, Plakate, vergleiche sie untereinander und prüfe ihre Wirkung. Sehen heißt lernen! Man zähle die für den Druck verwendeten Farben und beachte die Fernwirkung der Plakate in vielen Farben mit denen in wenigen Farben. Das Ergebnis wird meistens zugunsten der Plakate in wenigen Farben sein.

Viele Künstler glauben, bei Straßenplakaten unter allen Umständen Farben verwenden zu müssen, die im allgemeinen an den Anschlagsäulen nicht vertreten sind. Das ist des Geheimnisses Tiefe gewiß nicht. Wir kennen sehr erfolgreiche Künstlerplakate, die nur rot und blau, oder schwarz auf weiß, oder blau und schwarz mit ausgespartem Weiß gedruckt sind. Nein, der knappe, kräftige und kontrastreiche Vortrag einer originellen Idee ist es, der die Straßenkunst von der Innenkunst unterschiedlich macht. Und von diesem Standpunkte aus werden wir die Werte und Erfolge jener Kunst am ehesten verstehen, der wir in der Großstadt auf Schritt und Tritt begegnen, die uns umschmeichelt, ohne daß wir es als Schmeichelei empfinden, die uns lockt, stündlich, täglich, bis sie uns endgültig fesselt.

Ein schönes Denkmal ladet zu beschaulichem Genießen ein. Schon durch seine Größe, an der sich alle Hast der Umgebung bricht, fordert es die Aufmerksamkeit der Vorübergehenden heraus. Aber man weiß, es steht morgen noch dort, und es wird voraussichtlich noch Jahrhunderte dort stehen. Fehlt einem heute die Zeit, genießt man es ein andermal. Die Straßenkunst hat nicht mit Jahrhunderten zu rechnen. Sie wird für den Tag geschaffen und will und muß die Gunst des Tages erringen. Sie muß auch den Vorübereilenden, dem die Sekunde kostbar ist, noch einen Augenblick festhalten, wie ein Lichtschein einen Gegenstand für einen Augenblick ins Helle rückt, um ihn plötzlich wieder ins Dunkel zu stellen.

Und wir lassen uns fesseln. Wir wissen, daß wir bei schönen Schaufensterdekorationen, bei wirkungsvollen Packungen in den Auslagen, bei künstlerischen Plakaten an den Säulen nicht mit der bleibenden Schönheit der Denkmäler zu rechnen haben, sondern mit der vergänglichen Schönheit des Tages. Eine Dekoration, die uns heute noch erfreut, aus der wir heute noch lernen können, ist vielleicht morgen schon ein Opfer des Wechsels geworden und unwiederbringlich verloren.

Das muß der Maler, das muß der Dekorateur wissen, der seine Kräfte, die so sehr auf den Augenblickserfolg angespannt werden, nicht nutzlos

vergeuden will. Und er weiß, daß seinem Werke die Lockkraft der Sekunde innewohnen muß. Wie das Denkmal durch seine Größe die Hast der Straße bricht, so muß das viel kleinere Kunstwerk der Straße durch seine eindringliche, großzügige Formensprache die Aufmerksamkeit der Vorübergehenden erzwingen. Und das nicht erst auf eine Entfernung von einigen Schritten. Die Erfahrung lehrt es den Maler, wie er ein paar leuchtende Flecke auf dem Plakate verteilt, was er für Farben dazu wählt, wie er sie zu Licht und Schatten gegeneinanderstellt, um eine gute Fernwirkung herauszubekommen.

Aus der Praxis kennen wir es, daß manches künstlerische Plakat, das ein gutes Bild hätte werden können, an der Säule von einem einfachen farbigen Flächenornament erdrückt worden ist.

Straßenkunst ... Man wandere durch die belebten Geschäftsstraßen oder durch einen von der Großstadt angekränkelten Badeort. Wie schön könnte da vieles wirken, was durch seine verschrobene, nüchterne oder überladene Bauart, durch seine geschmacklos geschmückte Fläche oder gar nur durch seine nackte Häßlichkeit die Straßenflucht verunziert!

Bleiben wir nicht stehen, wenn wir ein künstlerisch gebautes Haus oder ein geschmackvoll ausgeführtes Firmenschild erblicken? Und überläuft es uns nicht kalt, wenn wir die wirklich schöne Vorderansicht eines Hauses mit häßlichen Buchstaben auf groben Farbengrund verschmiert sehen, von den orthographischen Gewaltsamkeiten gar nicht zu reden? Und die Buch- und Steindruckarbeiten vom Zettel bis zum Plakat, die für die Straße bestimmt sind. Auch hier freuen wir uns jeder einfachen Schönheit, und wenn sie nur von einer dekorativen Schriftgruppe ausgeht. Und ebenso bedauern wir täglich den Schlendrian und die Gefühlslosigkeit, die sich überall breitmachen. Es ist gar nicht immer der Besteller, der die Häßlichkeit verlangt, wie häufig gesagt wird. Es gibt doch künstlerisch empfindende Baumeister und einen guten Geschmack pflegende Druckereien, die nur gute Erzeugnisse liefern, und die sicher auch Besteller ohne Geschmack zu ihren Kunden zählen. Außerdem kommt gerade der Schlendrian dem Besteller und der Druckerei teurer zu stehen als durchdachte künstlerische Arbeit. Hierauf sollte jeder im praktischen Leben stehende Künstler seine Auftraggeber hinweisen.

Bei der Schaufensterdekoration, die wohl auch zur Straßenkunst gezählt werden darf, finden wir im allgemeinen dasselbe bunte Durcheinander. Aber auch hier fällt es zum Vorteil manches Geschäftsinhabers angenehm auf, wo Ansätze zur künstlerischen Dekoration zu finden sind.

Der Künstler, Kaufmann oder Gewerbetreibende, mit der Ausschmückung eines Schaufensters betraut, vermeide auch hier ein Zuviel und achte darauf, daß die Wirkungen der Waren sich nicht gegenseitig erdrücken. Ein möglichst ruhiger, farbiger Hintergrund, ein Mittelpunkt für das Auge wirken angenehm und anziehend. Wer mit dieser Ausschmückung zu tun hat, der studiere die Schaufenster anderer, aber er ahme sie nicht nach.

Nicht nur die Straße der Großstadt, auch der Weg durch das Dorf und schließlich der Fußpfad durch die Landschaft werden für Ankündigungen aller Art ausersehen. In wie häßlicher, um nicht zu sagen roher Weise es oft geschieht, wissen wir ja alle. Dabei handelt es sich scheinbar um Kleinigkeiten, die, man möchte es glauben, ohne weiteres in schmückender Art ausgeführt werden könnten. Es muß wohl nicht ganz so einfach sein, deshalb raten wir dem Anfänger immer wieder: sehen, vergleichen, lernen! Auch der Geschmack und das künstlerische Empfinden werden dadurch erzogen.

Die Technik des Plakats Von Johannes Merz

1. Maltechnik.

Das Plakat ist ein verhältnismäßig junges Erzeugnis der Kunst. Der Aufschwung, den die Plakatkunst in unserer Zeit genommen hat, ist in der Hauptsache auf die schnell gestiegene Entwicklung der Drucktechniken zurückzuführen.

Unter der Bezeichnung „Plakat" versteht man allgemein ein Druckblatt größeren Formats, das in einer höheren Zahl von Exemplaren zum Anschlag oder Aushang gelangt. Dem Druck bzw. der Druckform liegt der Entwurf zugrunde, letzteren auszuführen und so auszuführen, daß er für den Druck geeignet ist, bleibt Sache des Künstlers. Den Entwurf bezeichnet man als Original.

Plakate müssen nicht unbedingt gedruckt sein. Handelt es sich um die Herstellung nur einiger Plakate nach einem Entwurf, so wird eine Wiedergabe durch Druck (Reproduktion), weil zu teuer, nicht zweckmäßig sein, die Wiederholung in Maltechnik würde sich billiger stellen. Gemalte Plakate, gemalte Wiederholungen von Plakatentwürfen haben in letzter Zeit vielfach Anwendung gefunden. Viele Kinotheater benutzen z. B. für die Ankündigung ihrer Sensationsfilme gemalte Plakate, auch die großen Reklameaushänge in den Bahnhöfen der Berliner Untergrundbahn sind nicht gedruckt, sondern gemalt. Als Schaufensterplakate finden meist nur gemalte Plakate Anwendung. Bei Plakaten denken wir natürlich an künstlerische Leistungen und haben nicht jene minderwertigen Erzeugnisse im Auge, die man als Lackschriftschilder bezeichnet; nur noch ganz zurückgebliebene Geschäfte bedienen sich dieser.

Man unterscheidet verschiedene Arten von Plakaten; die hauptsächlichsten sind: das Straßenplakat, das Innenraumplakat und das Schaufensterplakat. Jede dieser Arten verlangt eine besondere Behandlung, beim Entwerfen von Plakaten muß man daher ihren Wirkungskreis mit in Betracht ziehen. Das Straßenplakat, das für die Anschlagsäule oder Plakatwand einer Großstadt bestimmt ist und das zwischen anderen Plakaten seinen Platz findet, muß sich innerhalb dieser Konkurrenz lebensfähig behaupten können, es muß daher klar und in allen Teilen übersichtlich gehalten sein. In ihm sind grelle Effekte gestattet, der Künstler kann in seinem Entwurf seiner Phantasie und seiner Farbenfabulierlust eine ziemliche Ausdehnung gestatten. Das für einen Innenraum bestimmte Plakat muß einen Ton gedämpfter sein; wie man auf der Straße lauter als im Innern eines Raumes zu sprechen pflegt, so muß der Künstler die Stärke seiner Farbtöne herabmindern, wenn er Ankündigungen entwirft, die innerhalb eines mehr oder weniger geschlossenen Raumes zu hängen kommen. Schaufensterplakate unterliegen denselben Bedingungen, sie müssen mit den Dekorationen und dem Hintergrund zusammengehen, dürfen sich aber doch von beiden nicht erdrücken lassen.

Das Plakat gestattet dem Künstler die Anwendung aller nur erdenklichen Motive. Er kann Sachlichkeit und Ernst, Phantasie, Humor, Laune und Witz in allen Schattierungen aufbieten. Er kann sich weiter zur Umschreibung der figürlichen Darstellung, der Karikatur, der Landschaft, des Ornaments und aller sonst möglichen Kompositionen bedienen.

Als Sachplakate bezeichnet man solche Arbeiten, die unter Verzicht auf jede umschreibende Szene und unter Unterdrückung jedes überflüssigen Beiwerkes den Gegenstand, den sie behandeln, dem Betrachter vor die Augen stellen. Ein Sachplakat für eine Keksfabrik würde sich z. B. darauf beschränken, nur die Packung der Firma großzügig wiederzugeben.

Sachplakate erscheinen auf den ersten Blick einfach zu lösen, aber es ist nicht ganz so leicht, den Anforderungen, die an ein gutes Sachplakat gestellt werden müssen, gerecht zu werden. Und jeder, der den Versuch macht, eine Garnrolle, eine Wollage, eine Zinntube oder dergleichen plakatgerecht zu vereinfachen und im Zusammenhang mit Schrift in den Raum zu bringen, wird diese Annahme bestätigen. Das Anklammern an Kleinigkeiten wird unterbleiben müssen, und alle technischen Finessen, auf die sich manche Zeichner und Maler so viel einbilden, können die Arbeit nicht retten, falls derselben nicht von Anfang an der große Zug, den das Plakat erfordert, eigen ist.

Der Plakatkünstler muß mehr als jeder andere durch Auslassungen zu wirken wissen, und er muß, um sein Ziel zu erreichen, gern bereit sein, Teile der Zeichnung der Gesamtwirkung zuliebe vollständig zu opfern. Es gehört eine außerordentliche Disziplin dazu, dieser Erkenntnis gemäß zu verfahren. Meist scheitern die Versuche daran, daß die Nebensächlichkeiten den Anfängern zum Verhängnis werden, weil sie sich von denselben nicht lossagen können. Ein Plakatkünstler soll mit drei bis vier Farben das ausdrücken können, wozu ein anderer Maler zwölf und mehr Farben braucht. Daß dies möglich ist, beweisen die hervorragenden Plakate einzelner französischer, englischer und deutscher Künstler.

Es bleibt noch das reine Schriftplakat zu erwähnen, worunter wir nicht nur aus Drucktypen, wie sie in Buchdruckereien vorhanden sind, fabrizierte Satzabzüge, sondern den individuellen, von Künstlerhand hergestellten Entwurf und die davon gewonnene Wiedergabe verstehen. Gute Schriftplakate sind außerordentlich selten. Die sorgfältige Abwägung der Zeilenanordnung und der Ausgleich zwischen den Wörtern müssen nicht nur sinngemäß, sondern auch mit künstlerischem Gefühl so abgemessen sein, daß der Betrachter durch die in der Arbeit vorhandene Harmonie gefesselt wird und das Fehlen eines Bildes nicht empfindet. Die Leserlichkeit darf nicht durch allzu starke Einengungen, bizarre Verzerrung der Buchstaben oder Anbringung von Verschnörkelungen und aufdringlichem ornamentalen Beiwerk leiden. Doch soll wiederum die Klarheit nicht in charakterloser, phantasiearmer Nüchternheit zum Ausdruck kommen.

Um ein Plakat zu dem, was es sein soll, nämlich ein Kunstwerk, zu erheben, bedarf es nicht nur einiger Fingerfertigkeit im Zeichnen und einiger Einfälle, man muß auch mit den technischen Grundlagen der Druckherstellung etwas vertraut sein. Es ist notwendig, zu wissen, daß man sich in der Farbenwahl auf eine gewisse Anzahl von Tönen zu beschränken hat, einmal aus Rücksicht auf die Herstellungskosten, die sich mit jedem Druckgang verteuern, zum andern Male, weil die Wirkung nicht erhöht wird, wenn allzuviel Farbtöne und Farbenabstufungen in einen Entwurf hineinverarbeitet werden.

Nach diesen allgemeinen Ausführungen kommen wir zur Erläuterung der technischen Bedingungen, denen sich das Plakat bei der Herstellung des Entwurfes und bei der Übertragung für den Druck anzupassen hat.

In erster Linie ist die Feststellung des richtigen Formates notwendig. Plakate, deren Ausführung durch Druck erfolgen soll, sind an Formate gebunden, die sich aus dem Druckpapier ergeben. Bei Nichtberücksichtigung dieser Formate würde sich keine Einteilung des Druckbogens treffen lassen und das wertvolle Papier könnte nicht voll und richtig ausgenützt werden. Es kommt noch hinzu, daß die Druckformate für die Ausmessungen der Anschlagsäulen und Plakatwände maßgebend gewesen sind, der volle Umfang der Säulen wird durch die Rand an Rand geklebten Plakate umfaßt. Es wäre auch dem geschicktesten Plakatkleber

nicht möglich, bei Verwendung nicht auf ein System gebrachter Plakate eine Säule oder Wand geschlossen zu bekleben. Die Formate sind in den größeren Städten etwas voneinander abweichend, in einzelnen Städten werden Plakate im Hochformat geklebt, die anderswo breit zum Anschlag gelangen. Bei Ausführung eines Auftrages tut man daher gut, sich genau über die maßgebenden Größen bei den Plakatierungsanstalten, die den Anschlag besorgen, zu informieren.

Formatgrößen für Berliner Plakate sind:

1.	18×24 cm Querformat	4.	48×72 cm Hochformat
2.	24×36 „ Hochformat	5.	72×96 „ Querformat
3.	36×48 „ Querformat	6.	96×144 „ Hochformat

Sehr große Plakate, sogenannte Riesenplakate, werden im Druck dadurch erreicht, daß die Zeichnung auf zwei oder mehrere Bogen verteilt gedruckt wird, beim Anschlag werden diese Bogen an den Teilungsstellen dann genau zusammengeklebt.

Es ist am zweckmäßigsten, den Entwurf des Plakats in der Originalgröße auszuführen. Erstens gewinnt man dadurch gleich den richtigen Eindruck der Arbeit, ferner bietet die Übertragung des Originals weniger Schwierigkeiten, da sonst eine Vergrößerung oder Verkleinerung des Entwurfs für die Herstellung der Druckplatten erfolgen muß. Große Schwierigkeiten hat jedoch eine solche Vergrößerung bzw. Verkleinerung, die in größeren lithographischen Anstalten auf mechanischem oder photographischem Wege schnell erfolgt, nicht. Es ist also nicht unbedingt erforderlich, den Entwurf in der richtigen Druckgröße auszuführen, doch muß man bei Erledigung in kleinerem Maßstabe die richtigen Verhältnisse von Breite und Höhe zueinander innehalten. Plakate, die nicht im Druckwege hergestellt werden, können ein beliebiges Format aufweisen, dessen Maß sich aus den Flächen, für die die Plakate bestimmt sind, ergeben wird.

Man beginnt den Entwurf damit, daß man sich die Idee und die Anordnung des Bildes nebst Schrift im kleinen vorskizziert. In dieser Skizze muß auch die Farbenwirkung festgelegt werden. Nach dieser Skizze nimmt man die Ausarbeitung des Entwurfs in der richtigen Größe vor. Plakate lassen sich auf jedes Zeichenpapier zeichnen oder malen, es muß nur einigermaßen fest sein. Arbeitet man mit flüssigen Farben oder mit Tuschen, so wird es notwendig, das Papier auf ein Reißbrett aufzuziehen oder auf einen Holzrahmen festzuspannen. Man kann das zeitraubende Aufspannen umgehen, wenn man Pappe als Malgrund für Plakate verwendet. Jede gewöhnliche Pappe ist verwendbar, sie braucht sogar nicht sehr stark zu sein. Am besten ist die gewöhnliche gelblichweiße, etwas rauhe Holzpappe geeignet, die für Kartons verwendet wird. Glatte Pappe, sogenannte Glacépappe, ist dagegen nicht brauchbar.

Es ist vorteilhaft, die Pappfläche weiß zu grundieren; auf weißem Grunde läßt sich die Wirkung der Farben besser als auf dem Pappton erkennen und abstufen. Auch malt sich besser auf grundierten Pappen, die Farben lassen sich bequemer streichen und ziehen gleichmäßiger ein. Bei Verwendung von brauner oder grauer Pappe ist die Grundierung unbedingt nötig, wenn man beabsichtigt, das Weiß des Druckpapiers in größeren Flächen wirken zu lassen. Zur Grundierung nehme man Temperaweiß, das man mit Wasser verdünnt; der Auftrag darf nicht zu stark sein. In feuchtem Zustande wird der Pappton noch durchscheinen, erst nach dem Trocknen wird das Weiß zur rechten Wirkung kommen. Genügt die einmalige Grundierung nicht, so ist der Anstrich zu wiederholen. Man verwende zum Grundieren einen breiten Pinsel, am besten

eignet sich ein flacher Borsten- oder Rindshaarpinsel. Damit sich die Pappe nicht verzieht, ist es von Vorteil, sie mit einigen Reißnägeln auf einem Brett zu befestigen.

Ist in einer Arbeit nicht ein weißer, sondern ein anderer Grund vorherrschend, so kann man mit dem Hauptton grundieren und kleinere weiße Flächen mit Deckweiß aufsetzen. Allgemeine Ratschläge bei der Wahl von Tönen für Plakatgründe lassen sich nicht erteilen. Ein dunkler Grund kann ebenso wirksam wie ein heller sein. Dunkle Gründe lassen jedoch die Zeichnung oft nicht genügend hervortreten, sie saugen die Tiefen zu sehr auf. Plakate mit dunklem Grund weisen, wenn sie nicht sehr geschickte Kontrastverteilung haben, eine geringere Fernwirkung auf als Plakatzeichnungen, die hellen Grund haben. Berücksichtigen wir das im Papierton in weitgehendem Maße vorhandene Weiß in unserer Arbeit, so sparen wir an Farbenaufwand und legen unserer Arbeit einen seine Wirkung nie verfehlenden Kontrast zugrunde. Weiß in der Malerei und Zeichnung ist immer gleichbedeutend mit Licht; je mehr Licht ein Entwurf hat, der zusammengefaßte Tiefen natürlich gegenüberstehen müssen, desto weiter in die Ferne wird die Ausstrahlung seiner Energie gehen.

Ohne eine sorgfältige Einteilung und Vorzeichnung wird man beim Plakat nicht auskommen, denn die Ausnutzung des Raumes muß dabei mit Bedacht erwogen werden. Zum Vorzeichnen ist Kohle das geeignetste Material, da man damit, ohne radieren zu müssen, was den Grund angreifen würde, leicht Abänderungen treffen kann. Ist die Vorzeichnung in allen Teilen richtig, so genügt ein einfaches Abblasen der Zeichnung; danach kann man mit der Ausführung der Arbeit beginnen. Handelt es sich um Farbenplakate, so sind für die Ausführung Temperafarben allen anderen vorzuziehen. Sie trocknen schnell und lassen sich in verschiedener Verdünnung mit Wasser leicht vermalen. Man kann Plakate auch mit Aquarellfarben, farbigen Ausziehtuschen oder Farbstiften ausführen, aber alle diese Farbarten sind schwerer zu verarbeiten und erreichen die Temperafarbe nicht in der ihr allein eigenen Sattheit und stumpfen Leuchtkraft des Tons. Temperafarben kommen der Wirkung der Druckfarben von allen Malfarben auch am nächsten.

Die Wahl unserer Farbtöne wird sich auf eine verhältnismäßig geringe Zahl beschränken müssen, Plakate lassen sich nicht von der mit allen Farben besetzten Palette heruntermalen. Die vorgesehenen Farben in der nötigen Menge in Näpfchen mit einem entsprechenden Quantum Wasser aufzulösen, bietet Vorteile auch bei der Erledigung kleiner Arbeiten. Für die Ausmalung größerer Flächen ist eine Auflösung und Zusammenmischung jedes Tons in reichlichem Quantum unerläßlich, denn eine wiederholte Zusammenmischung wird stets einen veränderten Ton ergeben; wiederholte Mischungen könnten zum Anlaß werden, daß Flächen streifig, fleckig und ungleich in der Farbe ausfallen. Man muß beim Beginn der Arbeit so viel fertig gemischte Farbe zur Verfügung haben, daß man das Plakat vollständig damit fertigmalen kann, ohne die angerührte Farbe erneuern zu müssen. Angerührte Temperafarben sind lange Zeit haltbar. Aus den Tuben gedrückte Farben, die nicht mit Wasser verdünnt sind, trocknen schnell und sind nach dem Trocknen nicht mehr löslich. Auf Paletten oder Teller ausgedrückte Farbe ist weiter zu verwenden, wenn man sie mit einem Lappen, der naß zu halten ist, bedeckt. Die Farbenbehälter und Tuben sind stets gut zu verschließen.

Zum Malen mit Tempera sind Haarpinsel, Rindshaarpinsel, die härter als erstere sind, und auch Borstenpinsel anwendbar, mit beiden letzteren lassen sich größere Flächen leicht und gleichmäßig anlegen. Von den Haarpinseln benutze man die größeren; auch die Einzelheiten der

Zeichnung und der Schrift führe man nicht mit einem zu feinen Pinsel aus. Plakate male man nicht flach auf dem Tisch, sondern stelle die Malfläche schräg oder senkrecht, arbeite an der Staffelei oder befestige die Fläche an der Wand. Man trete im Entstehen der Arbeit wiederholt so weit als möglich von ihr zurück, um die Wirkung der angelegten Teile auszuproben.

Über die Entwicklungsfolgen eines Plakatentwurfs lassen sich bestimmte Angaben nicht machen. Als allgemeine Regel kann es gelten, daß man die größten Flächen zuerst anlegt, dann die mittleren und zuletzt die Zeichnung und Schrift einsetzt. Kleinere weiße Teile einer Zeichnung oder weiße Schrift in farbigen Flächen — auch schwarzen — ist nicht auszusparen, sondern man setzt die weiße Zeichnung auf die glatt untermalte Fläche mit Deckweiß auf; was für Weiß gilt, kann für alle hellen Einzelheiten und Schriften in anderen Farben, z. B. Gelb, Zinnoberrot, Hellblau und anderes mehr, wenn sie auf dunklem Grunde stehen, als Richtschnur dienen.

Bei Plakaten wird Weiß nicht als besondere Farbe gerechnet, da es ja im Papierton Verwendung findet. Weiß kann daher in jedem Plakatentwurf beliebig, aufgesetzt oder ausgespart, angewendet werden.

Ob es angebracht ist, ein Plakat mit einem Rand zu versehen, kann man nur von Fall zu Fall entscheiden. Ein Plakatrand darf jedenfalls nicht zu dünn sein, da er sonst keinen Zusammenschluß ausübt, was der Zweck eines jeden Randes ist.

Je mehr Farbtöne im Entwurf zur Verwendung kommen, um so komplizierter und teurer wird die Druckherstellung. Man darf sich nicht einbilden, daß durch die Beschränkung auf eine geringe Farbenskala die Plakatmalerei weniger reizvoll und interessant werde. Nur Dilettanten glauben, daß das Gelingen einer Arbeit von der lückenlosen Zusammensetzung aller Farbenreihen abhängig sei. Der wahre Künstler wird sich erst in der Beschränkung der Mittel als ein Meister erweisen. Mit wenigen Farben kann man die großzügigsten Wirkungen erreichen, wenn man ihre plakatmäßige Anwendung versteht.

Über Farbenzusammenstellung lassen sich nur ganz allgemeine Hinweise geben, da es dem Farbengeschmack des Einzelnen überlassen bleiben soll, gutwirkende Farbenkompositionen zu finden. Greifen wir auf die im 3. Lehrbuch gemachten Übungen zurück, so wird es uns leichtfallen, durch einfaches Aufeinanderlegen getönter Papierstreifen oder -Ausschnitte gute Farbengegensätze festzustellen. Alle Farben stehen auf Weiß gut. Alle Farben in starken Aufhellungen (durch Zusatz von Deckweiß zu erzielen) stehen gut zu ihrem rein und kräftig angewendeten Normalton, doch ergeben sie keine sehr starken Gegensätze und sind daher mehr als Vermittlungen geeignet. Die Farben Schwarz und Weiß, Schwarz und Gelb, Schwarz und Rot, Schwarz und Grün, sowie alle farbigen Töne stehen, wenn sie nicht zu dunkel sind, wirkungsvoll zu Schwarz. Gelb und Violett, Orange und Indigo stehen gleichfalls als Töne gut zusammen. Grau und Braun in allen Abstufungen wirken gut mit Schwarz und Weiß und den meisten reinen Farben. Schöne Effekte werden erzielt, wenn man reine Farben und gebrochene gegeneinander ausspielt. Solche Brechungen erzielt man durch Beimischung von Deckweiß, Zusatz von Neutraltinte oder eines anderen Tons, Rot bricht man durch Zusatz von Blau oder Grün, Gelb durch Zusatz von Ocker, Blau durch Zusatz von Karmin. Die Zumischungen können also verschieden sein, je nachdem man den Ton warm oder kalt brechen will. Als warme Farben werden die Töne der Farbenreihe Rot, Gelb und ihre Verbindungen bezeichnet, je mehr Blau eine Farbe enthält, desto kälter ist sie.

Es liegt nicht in unserer Absicht, hier eine systematische Farbenlehre zu geben, diese folgt später, dem Lernenden sollen die gemachten Andeutungen zur Ausführung eigener Versuche veranlassen. Eine Stunde praktischer Übung wird ihn mehr als monatelange theoretische Unterweisung fördern.

II. Drucktechnik

Plakate werden durch Steindruck vervielfältigt, wenigstens die künstlerischen Plakate größeren Formats. Der Steindruck, erfunden von Aloys Senefelder (1771—1834), beruht auf der Eigenschaft des Solnhofer Kalksteins (Lithographie-Stein), im feuchten Zustande nur an den Stellen Druckfarbe anzunehmen, die mit Fettusche oder Fettkreide gezeichnet sind, wenn nach der Fertigstellung der Zeichnung die Steinfläche eine Präparation mit verdünnter Salpetersäure und Gummiarabikum erfährt. Die Übertragung des Originalentwurfs liegt dem Lithographen (Steinzeichner) ob. Alle Zeichnungen müssen auf dem Stein verkehrt ausgeführt werden, was auf dem Original rechts ist, steht auf dem Stein links, Schrift steht in Spiegelschrift auf dem Stein. Jede Farbe erfordert eine besondere Druckplatte, also muß jede Farbe aus dem Original herausgezogen und auf einen Stein gebracht werden. Als Grundlage für alle Farbenplatten eines Plakats dient die Kontur, diese wird zuerst hergestellt und auf die benötigte Zahl der Steine übertragen. In diese Kontur wird dann auf jedem Stein die betreffende Farbe mit schwarzer Fettusche oder Fettkreide eingezeichnet. Nach der Zahl der für den Druck erforderlichen Platten berechnet man die dem Plakatentwurf zugrunde liegenden Farben und bezeichnet die Arbeit als zwei-, drei- oder mehrfarbig. Die Farbzahl eines Plakats wird also nicht nach den Tonabstufungen, die im Original enthalten sind, sondern nach den drucktechnisch notwendigen Farben berechnet. Es ist nämlich unter Umständen möglich, im Entwurf vorhandene Mischtöne durch Übereinanderdruck zu erzielen; sind beispielsweise die Farben Blau und Gelb vorhanden, so kann Grün durch Überdruck von Blau auf Gelb erreicht werden. Beim Farbendruck kommen also dadurch, daß Farbe auf Farbe in ganz dünner Schicht zu liegen kommt, dieselben Mischungsergebnisse zustande, die beim Malen durch direkte Vermengungen der Farbstoffe miteinander erzielt werden. Besonders reine und leuchtende Töne erfordern jedoch unter Umständen einen besonderen Druck; ein sehr reines und leuchtendes Violett und sehr feuriges Grün lassen sich nicht durch Überdruck von Blau und Rot oder Gelb und Blau erreichen. Es ist auch für den Fachmann, der eine langjährige Praxis hinter sich hat, nicht immer leicht, zu entscheiden, ob ein im Original vorhandener Mischton durch Übereinanderdruck von vorhandenen Farben wiedergegeben werden kann oder unbedingt ein besonderer Ton gedruckt werden muß. Man braucht aus diesem Umstand heraus nicht ängstlich bei dem Entwerfen von Plakaten zu verfahren, es wird auch, hält man sich von Beginn an in gewissen Grenzen bei der Wahl der Farben, nicht darauf ankommen, eine Farbe mehr zu verarbeiten, zumal wenn sich dadurch eine bessere Wirkung erlangen läßt.

Der Steindruck gestattet nicht nur den Druck gleichmäßiger Töne von voller Fläche, sondern es ist auch möglich, den Ton in allen Abstufungen zu drucken. Eine solche Abstufung wird dadurch bewirkt, daß der Lithograph die Fläche durch Striche, Punkturen und Spritztechnik auflöst oder eine Durchzeichnung mit Kreide auf gekörntem Stein vornimmt. Auf letzterem läßt sich mit Fettkreide genau wie auf Papier zeichnen, und es ist möglich, die feinsten Abstufungen und zartesten Übergänge und Ausläufer mit Kreide druckfähig auf den Stein zu bringen. Strichelungen und Punkturen werden mit der Hand erzielt, große Flächen gleichmäßiger

Punkturen von Gelatinefolien, die erhabene Muster haben, nach dem Einschwärzen mit Fettfarbe auf den Stein abgedrückt. Die Spritztechnik besteht darin, daß durch Überstreichen eines flachen Siebes mit einer Zahnbürste Tusche auf bestimmte Teile der Zeichnung gespritzt wird. Je nachdem man das Sieb näher an den Stein bringt oder weiter ab hält, mit mehr oder weniger feuchter Zahnbürste über das Sieb streicht, um so verschiedener wird der Ton ausfallen. Dieser setzt sich aus winzigen Tropfen zusammen, er ist, wenn die Spritzung sachgemäß erfolgte druckfähig. Die Spritztechnik kann man auch bei der Ausarbeitung von Entwürfen auf Papier anwenden, statt des Siebes kann man auch einfach nur die Zahnbürste benutzen. Man befeuchtet die Borsten gleichmäßig mit der Farbflüssigkeit und streicht mit dem Rücken eines Messers von unten nach oben gegen die Borsten der Bürste, diese muß dabei senkrecht. (Griff oben) gerichtet sein. Tiefe Töne lassen sich nur durch wiederholtes Überspritzen erreichen. Die Flächen, die von der Bespritzung nicht betroffen werden sollen, müssen mit Schablonen, die am besten aus Pauspapier zu fertigen sind, abgedeckt werden.

Dies sind die hauptsächlichsten Techniken, die im Plakatdruck für die Übertragung des Entwurfs gebräuchlich sind. Besonders wertvolle Plakate werden auf photochemischem Wege auf Stein übertragen, wenigstens die Hauptplatte, welche die Zeichnung enthält, dadurch wird die volle Originaltreue gewahrt. Statt von Steinen wird in manchen Anstalten von Zink- oder Aluminiumplatten gedruckt, dabei ist der Druckprozeß fast der gleiche wie beim Steindruck.

Aus meiner Praxis als Plakatmaler

Von Albert Knab

Mit 13 Originalentwürfen und 1 farbigen Beilage

Ehe wir an die Arbeit gehen und uns mit dem Entwerfen von Plakaten beschäftigen, möchte ich einige Erfahrungen aus meiner Praxis zum besten geben, in der Hoffnung, dem Lernenden damit am ersten zu nützen. Die Plakatmalerei ist eine Kunst für sich, an der manch guter Maler schon scheiterte. Es gibt dabei vielerlei zu beachten, und wenn alle notwendigen Voraussetzungen nicht berücksichtigt werden, dann mißlingt eben die Arbeit. Die Idee allein macht nämlich noch lange kein Plakat. Es gibt Schriftplakate, ornamentale Plakate, Sachplakate, landschaftliche Plakate und figurale Plakate. Bestellt bei mir jemand ein Plakat, so werde ich mir zuerst den Zweck desselben klarmachen. Ich frage mich: Auf wen soll es wirken? Soll es die breite Masse des Publikums anziehen, oder soll es nur auf bestimmte Gesellschaftskreise seine Wirkung ausüben? Nachdem ich über diesen Punkt mit mir einig bin, fertige ich für mich einige kleine Farbskizzen an, etwa in der Hälfte des bestellten Formats. Da das Plakat für die Säule bestimmt ist, muß ich natürlich auf eine wirkungsvolle Farbenzusammenstellung achten. Ich muß dabei bedenken, daß mein Entwurf packen und in die Augen springen soll. Um dies zu erreichen, nehme ich zunächst meine sogenannten Schmierskizzen, gehe auf die Straße und stelle mich vor eine Plakatsäule. Nun nehme ich meine Skizzen zur Hand und vergleiche sie mit den an der Säule befindlichen Plakaten. Zuerst prüfe ich die Farbe, und da merke ich dann manchmal, daß die von mir gewählten Farbtöne entweder zu schwach sind oder an andere Farbstimmungen, die sich an der Säule befinden, anklingen. Auch merke ich oft, daß ein bestimmter Schriftcharakter an der Säule dominiert, und da wäre es ja verkehrt, wenn auch mein Plakat eine ähnliche Schrift enthielte. Nachdem ich nun alle Mängel

an meinen Entwürfen kenne, mir aber auch das Gute an den Skizzen merke, gehe ich nach Hause und arbeite die Entwürfe unter Berücksichtigung der Erfahrungen, die ich gesammelt habe, um.

Diesmal führe ich aber die Entwürfe in Originalgröße aus und gehe dabei folgendermaßen vor: Die eine Wand meines Arbeitsraumes ist vollständig mit Plakaten verschiedener Größen und Arten behängt. Ich habe also vor mir eine buntwirkende Fläche. An diese Wand hefte ich nun von Zeit zu Zeit meinen in Arbeit befindlichen Entwurf und kontrolliere nun meine Arbeit innerhalb dieser farbigen Umgebung auf seine Farbe und Fernwirkung. Den Entwurf hänge ich natürlich niemals auf eine und dieselbe Stelle, ich wechsele aus, damit er immer in einer anderen Umgebung kontrolliert werden kann.

Diese Methode erleichtert das Arbeiten ungemein, sie hat mich schon oft vor Mißerfolgen bewahrt. Es sollte deshalb jeder, der sich später als Reklamekünstler betätigen will, danach trachten, Plakate zu sammeln, damit er in der Lage ist, in gleicher Weise arbeiten zu können.

Nun höre ich wieder verschiedene jammern und stöhnen: „Ich will ja gar kein Plakatmaler werden, wozu solch unnützes Zeug treiben? Keine Plakate — nein, niemals erledige ich diese Aufgaben. Ich will ja Künstler werden. Landschaften, Blumen oder sonst was will ich malen, aber bloß keine Plakate."

Ja, meine lieben Schüler, das ist halt wieder mal solch eine verkehrte Auffassung dessen, was ihr wollt und sollt. Wenn ich euch persönlich unterrichten würde, bekämet ihr eine ordentliche Standpauke. Da wir aber räumlich getrennt sind, muß ich die Sache anders anpacken. Also Plakatmalen ist keine Kunst? Nun, da will ich euch mal erzählen, welche großen Künstler es nicht verschmähten, hie und da mal ein Plakat zu malen, sich also in den Dienst der Reklame stellten. Also hört! Prof. Fritz August Kaulbach, Prof. Josef Koppay, Prof. Rudolf Eichstädt, Prof. Karl Röchling, Prof. Hans Bohrdt, Prof. Rudolf Seitz, Prof. Hermann Prell, Prof. Nikolaus Gysis, Prof. Franz von Stuck, Prof. Ludwig von Hofmann, Prof. Max Klinger, Th. Th. Heine, Prof. Hans Unger, Prof. J. V. Cissarz, Prof. Emil Doepler d. J., Prof. Peter Behrens, Prof. Otto Eckmann, Prof. Angelo Jank, Prof. Julius Diez, Fidus, Prof. Graf Leopold Kalkreuth, Prof. Emil Orlik und noch viele andere. Es sind dies alles Namen, die einen guten Klang haben, und wenn solche Künstler Plakate malten, so taten sie es nicht, weil sie damit Geld verdienen wollten, sondern der Kunst wegen. Und da wollt ihr nicht mitmachen, weil es euch dünkt, daß es nicht Kunst wäre, ein gutes Plakat zu malen? Seid versichert, es ist schon Kunst, ein gutes Plakat zu schaffen. Daß ein gutes Plakat auch noch etwas anderes sein kann, lehrt folgendes: Vor mehreren Jahren malte ich für die Hamburg-Amerika-Linie — Seebäderdienst — ein Plakat, das eine Hallig darstellte. Von diesem Plakat befindet sich in diesem Lehrheft auf Seite 22 eine Abbildung. Diesem Hefte liegt auch die farbige Wiedergabe dieses Plakates bei, jedoch ohne Schrift. Wir sehen daraus, wie aus einem Plakat durch Weglassen der Schrift sehr wohl ein Kunstblatt werden kann, denn die Hamburg-Amerika-Linie ließ von diesem Blatt eine Anzahl ohne Schrift drucken, rahmte das Bild und bekam dadurch einen vornehmen Wandschmuck. Schaut euch mal daraufhin in den Wartesälen der Bahnhöfe die Verkehrsplakate an, und ihr werdet finden, daß da manches hochkünstlerische Blatt dabei ist, das sehr gut als Wandschmuck dienen kann, wenn die Schrift fortgelassen wird.

Wenn wir nun verlangen, daß alle unsere Schüler, ohne Ausnahme, diese Plakatübungen durcharbeiten, so geschieht dies aus folgenden Erwägungen heraus. Am Plakat lernen wir die richtige Behandlung der

Raumverteilung. Wir lernen irgendwelche Gegenstände zeichnerisch oder malerisch in knapper Form darzustellen, schärfen dadurch den Beobachtungssinn. Wir lernen weiter, und das ist für uns das Wichtigste, die Beherrschung von Farbe und Farbflächen. Deshalb sind diese Aufgaben der Prüfstein für unsere weitere künstlerische Betätigung, und wer diese Arbeiten lieblos und lotterig erledigt, wird auch die späteren Aufgaben, die sich mit einer anderen Materie befassen und die mehr ins Detail gehen, ebenso mangelhaft machen, weil eben das Fundament fehlt.

Die meisten Anfänger sehen zuviel, vor allen Dingen in der Landschaft und auch an körperhaften Gegenständen. Durch dieses „Zuvielsehen" werden sie verwirrt, sie wissen meistenteils nicht, wo sie beim Zeichnen anfangen und aufhören sollen. Deshalb müssen wir erst richtig sehen lernen. Wir müssen lernen, das Charakteristische der Landschaft oder der körperhaften Dinge mit den einfachsten Ausdrucksmitteln in Form und Farbe wiederzugeben. Wenn wir das gelernt haben und beherrschen, dann erst können wir an andere Aufgaben herantreten. Vorläufig wollen wir aber die Aufgaben lösen, die dieser Lehrgang vorschreibt.

Aufgabe 173. Unsere Abbildung stellt ein **Schriftplakat** dar mit einer Schutzmarke. Die zur Anwendung gebrachte Schrift ist uns nicht neu. Wir haben sie in Heft 6 schon geübt. Das Plakat erscheint auf unserer Vorlage einfarbig. Entwirf nun ein ähnliches Plakat für einen anderen Artikel und schaffe dazu eine Schutzmarke, stelle sie aber in eine andere äußere, geometrische Form. Das Plakat führe zweifarbig aus, und zwar so, daß Rand und Schutzmarke die eine Farbe und der Text die andere Farbe bilden. Andere auch den Rand, behalte aber den linearen Charakter bei. Achte auf eine korrekte Durchführung der Schrift. Der Text soll lauten: Küchenartikel Heinrich Bellermann Danzig. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 173a. Die Abbildung zeigt uns wiederum ein **Schriftplakat** in einfarbigem Druck. Der Schriftcharakter ist der gleiche wie bei der vorhergehenden Aufgabe, nur daß die einzelnen Buchstaben kräftiger gezeichnet sind. In der Praxis nennt man eine solche Schrift „Blockschrift". Entwirf nun ein anderes Plakat im gleichen Schriftcharakter und einfarbiger Ausführung mit folgendem Text: Horbin, Schuh-Polier-Creme, Hier vorrätig. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 174. Entwirf ein ähnliches Plakat für zweifarbigen Druck, jedoch mit einem anderen geometrischen Rand. Den Text behalte bei, führe ihn aber in Versalbuchstaben, das sind lauter große Buchstaben, aus und achte besonders darauf, daß die Schrift gut eingeteilt und ausgeglichen ist. Plakatgröße: 30/21 cm Querformat. Das Ornament erscheint auf der Abbildung grau, weil es aufgerastert wurde. Es geschah dies deshalb, um eine zweifarbige Wirkung mit einem Druck zu erzielen. Bei der Ausführung braucht also das Ornament nicht gestrichelt zu sein, es kann gedeckt werden.

Aufgabe 175. Die Abbildung ist nach einem mehrfarbigen Entwurf hergestellt und zeigt die Farbengebung leider nicht in richtiger Weise, da die Photographie bestimmte Farben in anderer Tönung wiedergibt. Ich will daher versuchen, die einzelnen Teile des Plakates in ihrer Farbenwirkung zu beschreiben. Der Untergrund ist dunkel-ultramarin. Die Schrift erscheint auf der Abbildung dunkler als der Hintergrund. Dies ist auf dem Original nicht der Fall, denn sie ist in einem hellen, graugrünen Ton gehalten. Im Tonwert ist sie also heller als

der dunkelblaue Untergrund. (In der Photographie erscheinen alle blauen Töne heller und grüne dunkler.) Der die Schrift umgebende Blütenkranz enthält folgende Farben: die hellwirkenden Blüten sind außen weiß, innen hellblau mit einem gelben Punkt. Die dunkel erscheinenden Blüten sind außen rot und haben innen einen gelben Punkt. Entwirf nun ein ähnliches Plakat, ändere aber den Blütenkranz. Für die Darstellung der Blüten benutze geeignete Teile der ornamentalen Grundformen auf Seite 15 des 7. Lehrheftes. Den Text behalte in der Anordnung bei, zeichne aber die Schrift etwas stärker. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 176. Bei diesem Entwurf ist das die Schrift umgebende Ornament aus schwarzem Papier ausgeschnitten und dann aufgeklebt. Nachdem wurde die Schrift eingezeichnet und der Rand herumgezogen. Entwirf nun ein ähnliches Plakat mit einem anderen ornamentalen Rand, der ebenso einfach gehalten ist. Derartige Arbeiten wurden im 3. Lehrheft bereits geübt. Den Text behalte bei. Zeichne die Schrift aber recht exakt und achte auf gute Verteilung der Buchstaben. Den äußeren linearen Rand ändere ab, indem zwei oder drei gleichstarke oder feine Linien nebeneinander zu stehen kommen. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 176a. Dieser Entwurf ist unter Zugrundelegung des vorhergehenden Entwurfes gezeichnet worden. Die ornamentale Silhouette wurde aufgelöst. Der Untergrund des Plakates ist grau, der äußerste Rand sowie die daranstoßenden zwei dünnen Linien sind in einem helleren Grau als der Untergrund gehalten. Das die Schrift umgebende Ornament hat eine braune Kontur und ist innen mit Goldocker ausgelegt. Die Schrift ist schwarz. Arbeite nun den eigenen Entwurf der Aufgabe Nr. 176 in ähnlicher Weise zeichnerisch um, unter Berücksichtigung einer anderen Farbengebung als der hier geschilderten. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 177. Diese Abbildung stellt ein sogenanntes **Sachplakat** dar. Sachplakate sind solche Plakate, auf denen irgendwelche Gegenstände einzeln oder auch stillebenartig dargestellt sind. Es ist bei allen Sachplakaten auf die allereinfachste Darstellung des Gegenstandes zu achten. Perspektivische Verkürzungen, Seitenansichten usw. sollen vermieden werden. Also nur eine rein geometrische, flächige Darstellung. Alle überflüssigen Details müssen unterdrückt werden, da ja das Plakat den an der Säule eilig vorübergehenden Passanten plötzlich packen soll. Man muß auf einen Blick den dargestellten Gegenstand sofort erfassen und in sich aufnehmen. Ein Sachplakat soll deshalb auch nicht zu viel Text enthalten. Die Schrift muß klar und deutlich sein, damit man sie beim Vorbeigehen leicht und schnell lesen kann. Die Farben dieser Vorlage werden diesmal nicht erklärt. Entwirf nun in freier Farbenwahl einen ähnlichen Entwurf für andere Haushaltungsartikel, z. B. Kaffeemühle, Lampe, Leuchter, Salzfaß usw. Entwirf auch einen entsprechenden Text dazu, ebenso eine Schutzmarke. Auf unserer Vorlage befindet sich die Schutzmarke in der linken oberen Ecke. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 178. Entwirf ein ähnliches **Sachplakat.** Es kann auch eine andere Maschine dargestellt sein, doch muß sie nach dem Modell gezeichnet werden. Wer also nicht in der Lage ist, irgendeine Maschine nach dem Objekt in ihren Umrissen zeichnen zu können, der entwerfe ein weiteres Plakat laut Aufgabe 177. Größe des Plakats 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 179. Entwirf ein Plakat, ähnlich der Vorlage. Schneide aus schwarzem Papier eine ähnliche Silhouette aus und klebe sie auf. Den Text zeichne in gleichem Schriftcharakter darunter. Unter „Scherenbilder" setze den eigenen Namen. Unter „Ausgestellt im Kunstverein" setze den Namen des eigenen Wohnortes und die Straße. Den vierlinigen Rand ändere gleichfalls, doch behalte die strenge Form bei. Größe des Plakats 32/21 cm Hochformat.

Aufgabe 180. In Heft 3 übten wir die Papiermalerei. Schneide nun für die auf der Vorlage angegebene Firma einen anderen dekorativen Blumenschmuck aus schwarzem Papier heraus und hinterklebe ihn mit farbigem Papier. Diese ausgeschnittene Arbeit soll aber nur als Vorstudie zu dem Plakat dienen. Nach dieser Studie fertige nun in Temperamalerei das Plakat an und setze den gleichen Text darunter. Achte darauf, daß die Schrift in einer Farbe gehalten ist, die in dem bildlichen Text nicht vorhanden ist. Größe des Plakats 31/21 cm Hochformat.

Aufgabe 181. Ähnlich der Vorlage entwirf ein einfarbiges Silhouettenplakat und verwende dazu ein charakteristisches Gebäude (Kirche, Rathaus usw.) des eigenen Wohnortes. Statt des Ovals kann auch eine andere ruhig wirkende geometrische Form genommen werden. Die Anordnung des Textes behalte bei, nur setze an Stelle „Magdeburg" den Namen des Wohnortes. Der Rand ist gleichfalls zu ändern. Er kann nur aus einer fetten Linie bestehen oder aus zwei dünnen Linien gebildet werden usw. Der ganze Entwurf ist in Pinselzeichnung herzustellen. Die Silhouette muß aber tiefschwarz wirken. Größe des Plakats 32/21 cm Hochformat.

Aufgabe 182. Bei diesem Entwurf ist es wieder notwendig, die Farben zu erläutern. Der Himmel ist hellblau, etwas leicht grünlich schimmernd. Das Meer ist dunkelblau, die Wellen weiß, und die auf der Abbildung dunkler erscheinenden Wellenbewegungen sind in einem noch dunkleren Blau gehalten, als die Grundfarbe des Wassers zeigt. Die Schrift ist schwarz. Die Silhouette der Insel ist rot gehalten, und zwar alle die Stellen, die auf der Abbildung dunkel erscheinen. Die heller erscheinenden Stellen sind dunkelviolett. Entwirf nun ein Plakat für einen Ausflugsort in der Umgebung des Wohnortes, wenn möglich mit Wasser im Vordergrund. Je nach der Jahreszeit behandle die Farbengebung. Führe die Vorskizze zuerst in Papiermalerei aus und übersetze dieselbe dann in flächige Maltechnik. Setze den Namen des Ausflugsortes darunter mit weiterem Text nach eigener Wahl. Plakatgröße 30/21 cm Querformat.

Aufgabe 182a. Diese Abbildung stellt das in dem Artikel „Aus unserer Praxis als Plakatmaler" erwähnte Plakat mit Schrift dar. Die Farbengebung ist gleich der auf beiliegender farbigen Tafel. Die Schrift ist gelb gehalten. Entwirf nun in ähnlicher Farbenstimmung ein Plakat mit der Silhouette des Wohnortes oder eines charakteristischen Gebäudekomplexes, Gasanstalt usw. in Silhouettenmanier. Setze als Text nur den Namen des Wohnortes darunter, verwende dazu Blockschrift.

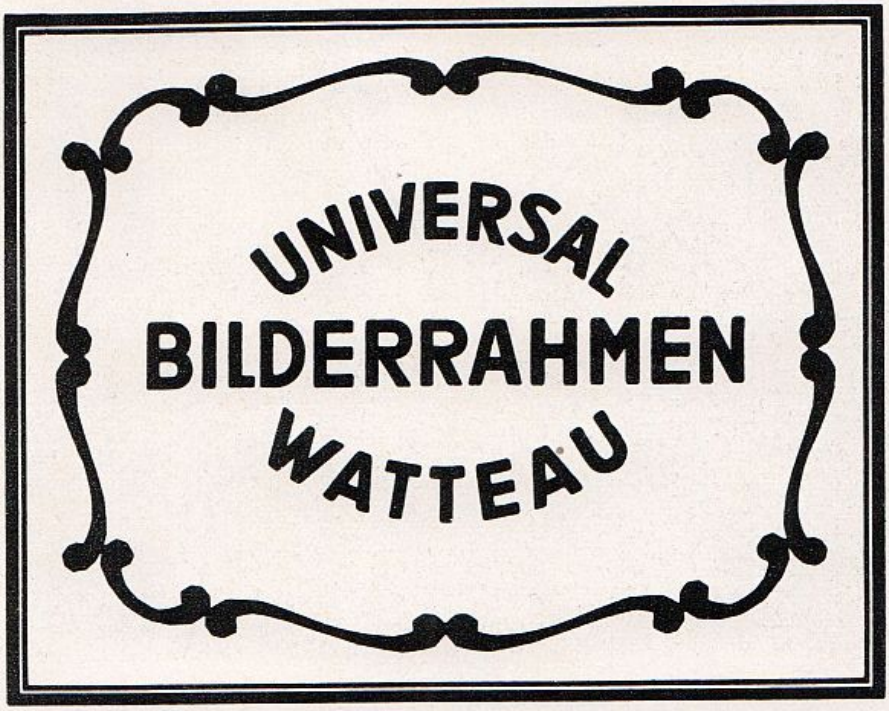
Aufgabe 183. Entwirf ein ähnliches landschaftliches Plakat in gleicher, einfacher Darstellung. Nimm aber immer nur Motive aus der Umgebung des Wohnortes und mache dazu vorher Naturstudien. Je nach der Jahreszeit, Frühling, Sommer, Herbst und Winter, behandle das Motiv. In das Schriftfeld, das so einfach bleiben soll, setze folgenden Text: Vergnügungsfahrten in die Umgebung (Name des Wohnortes) übernimmt der Verkehrsverein.

Aufgabe 173.

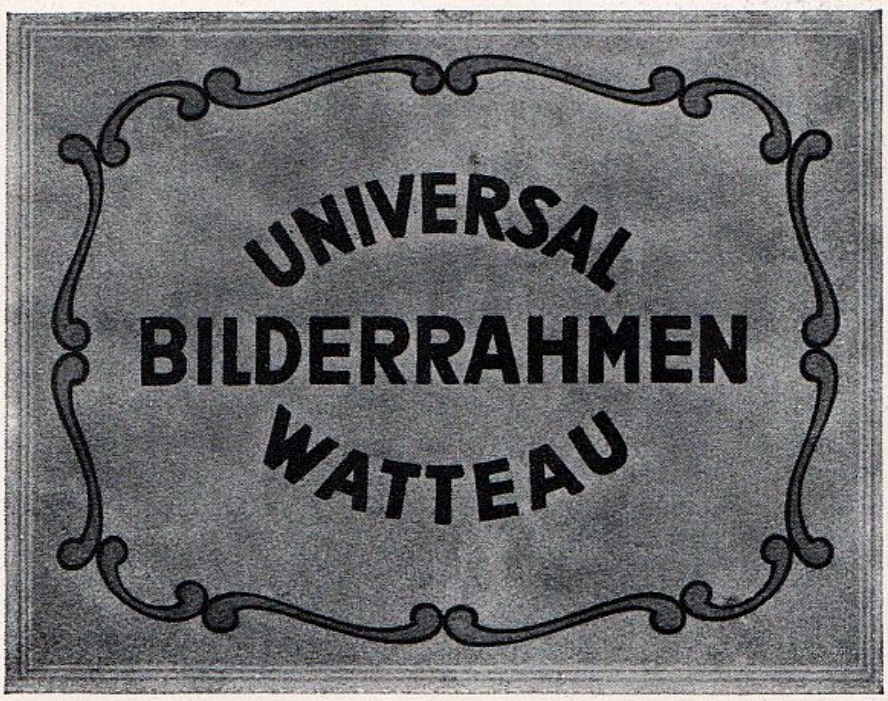
Aufgabe 173 a.

Aufgabe 174.

Aufgabe 175.



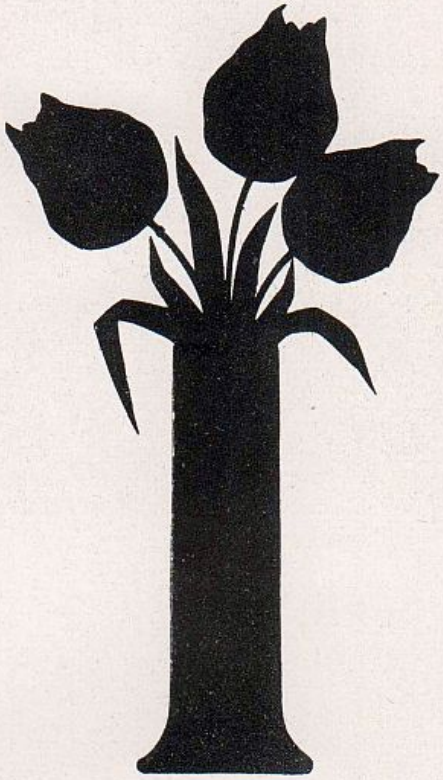
Aufgabe 176.



Aufgabe 176 a.

Aufgabe 177.

Aufgabe 178.



SCHERENBILDER

VON GEORG MANNHEIN

AUSGESTELLT
IM
KUNSTVEREIN
LÜTZOWSTR. Nr. 5

Aufgabe 179.

Aufgabe 180.

Aufgabe 181.

Aufgabe 182.

Aufgabe 182a.

REEDEREI ABEKING
BERLIN, FRANKENSTR. 16
Täglich
Spree-Havel Dampferfahrten

Aufgabe 183.

Preisgekrönte Entwürfe aus einem Plakat-Wettbewerb der Firma Dr. Oetker.

An unsere Teilnehmer!

Was man tut, soll man ganz tun, wo ein Wille ist, da muß auch ein Ziel sein. Nichts ist gefährlicher als Halbheiten; in der Kunst führen sie in den Abgrund des Dilettantismus, aus dem es nur schwer ein Entrinnen gibt.

Ein Studium ist keine Spielerei, und wer das Studium der Kunst im Auge hat, soll bedenken, daß Kunst von Können abgeleitet ist, daß sie aber zugleich auch ein Bekennen bedeutet. Nein, Kunst ist keine Spielerei: sie setzt Erkenntnis der Dinge und der Erscheinungen des Lebens voraus, der Künstler sieht die Welt mit andern Augen als der große Troß der Menschen, ihm offenbaren sich Pflanzen, Tiere, Wolken und Bäume in einem anderen Gesicht. Er sieht sie einfach; sie und alle Formen des Lebens sind ihm nicht fremd, er sieht sie oder ahnt sie nur in seiner Vorstellung und gibt ihre Lösung in ein paar spielend leicht auf das Papier hingeworfenen Farbflecken oder Strichen.

Dieses scheinbar spielende Hinwerfen ist aber in Wirklichkeit das Ergebnis einer langen Erfahrung, es ist der Ausdruck des erworbenen Könnens. Dieses Können ist durch kein Geheimmittel zu entwickeln, Anmaßung kann es nicht fördern, Protektion nicht stärken, und die Bewunderung oder Nachahmung berühmter Vorbilder können es nicht einen Tag vor der Zeit, die ihm gesetzt ist, zur Reife bringen.

Reif sein ist alles, in diesem Wort liegt alle Aufklärung, die man auf viele Fragen geben kann. Die Stunde der Reife kommt aber unfehlbar für jeden, der sich bemüht, sein Werk ernst zu verrichten. Geduld und der Glaube an die eigene Sache müssen und werden alle Zweifel bannen.

Man muß seine Arbeit so gut als möglich tun, und wenn man auch nur langsam vorwärts kommt, ein langsamer und sicherer Aufstieg ist besser als ein aus Übereilung herrührender Genickbruch.

Wenn sich jemand auch nur aus reiner Liebhaberei mit der Kunst befaßt, so muß sich derselbe doch im Rahmen eines Unterrichts dem Lehrplan unterwerfen, denn Pfuscher heranzubilden, wird jeder mit Überzeugung Lehrende ablehnen müssen. Es ist auch gar nicht einzusehen, warum der sich aus reiner Neigung mit der Kunst Beschäftigende nicht die Grundlagen der Technik ebenso beherrschen soll wie der Berufskünstler. Der Unterschied ist doch nur darin zu sehen, daß der eine zum Absatz seiner Werke genötigt ist, während der andere darauf verzichten kann.

Liebhaberei bedeutet nach unserem Erachten, eine Sache um ihrer selbst willen betreiben, um Genuß an ihr zu haben. Vor dem Genuß aber ward die Arbeit gesetzt, und die Kunst erscheint uns des Schweißes der Besten wert.

Mal- und Zeichen-Unterricht-G. m. b. H.

Die Atelierleitung

Der Umschlag ist gesetzt aus Matthies-Kursiv und -Schmuck (nach Entwürfen von Karl Matthies) der Schriftgießerei D. Stempel A.-G. in Frankfurt a. M.